

第6章 実効的な産業政策の運営

1. PDCA サイクルと政策マーケティング

(1) PDCA サイクル

本成長戦略は、社会環境の変化等を的確に踏まえつつ、各部において主体的に行うとともに部局間の連携や関係各所の協力を密にして、着実に推進していく。なお、施策や事業の進捗状況を的確に把握するために、事業の遂行に際しては、費用対効果を高めるための方策である「P (Plan) -D (Do) -C (Check) -A (Action) サイクル」を取り入れ、施策等の進行を管理する。このようにして、予算との結びつきを強化し、各施策を戦略的に推進していく。

また、本県を取り巻く社会情勢や経済環境の変化、県民意識・ライフスタイルの変化、財政状況の変化、事業の進捗状況等を踏まえ、必要に応じて施策等の見直しを迅速に行う。

(2) 政策マーケティング

本成長戦略は、着実に推進していくことが重要であるとともに、県の GDP 成長、県内の雇用、県内企業・事業者の業績や声、そして県民生活のレベル向上等に寄与しているのかについて、それらの潜在的要因等も含め、総合的かつ適切に分析・把握する必要がある。

本県には、現場の第一線で活躍している企業の方々と県職員が意見交換を行い、戦略的に経済振興施策を検討する場である「鳥取県経済・雇用振興キャビネット」や「とっとりビジネスサポート事業」などの『県内企業・事業者の業績や声』を直接聞く仕組みや、県政の課題等を電子アンケートの形式で県民モニターから意見を聴取する「県政参画電子アンケート」、鳥取大学などの県内大学等との意見交換の機会などがあるが、これらの仕組みと連携しつつ、本成長戦略への評価等についても、適切に把握する仕組みを構築する。

なお、本成長戦略に掲げる施策や事業の達成状況の評価等については、「鳥取県経済成長戦略会議」において行う。

(注) 政策マーケティング 政策に関する「潜在ニーズ」を探った上で、そのニーズを満たす政策を創造し、提供していく社会的なプロセスを実現すること。

2. 横断施策の実効的運用

行政計画やそれに連なる各事業の予算は、その多くの場合は単年度主義で個別に推進されている。事業の特性によっては、こうした事業の持つ一般的な特性で不都合は無い場合も少なくないが、「人材育成」、「マーケティング活動」、「緊急融資」等については、その目的に応じて、事業実施タイミングに応じた選択と集中、レベルアップを意図した隔年継続等、施策や事業を横断的に捉えた実効的運用が望まれる。

本成長戦略の推進において、「人材育成」、「マーケティング活動」、「緊急融資」等の各施策や

事業については、それぞれの目的と望ましい成果から考え、必要に応じて横断的に捉えた実効的運用を行う。

3．関係各所の協力・連携の強化

本成長戦略は、産業振興分野だけでなく、農林水産、健康・福祉、文化・観光、生活環境など多岐に渡っており、関係各所との連携を図り、全庁が一体的となって推進を図っていくことが不可欠である。

しかし、県だけで県内企業・事業者等をサポートし、本成長戦略を全て実行していくことは不可能である。国や県内市町村、産業支援機関・団体、大学、高等学校等の教育・研究機関、NPO 等との連携が不可欠となっている。それぞれの得意分野を活かし、目的に応じた連携強化による支援体制の充実を図ることが重要であり、あるべき姿、ありたい姿に向かい、それぞれの役割を発揮しつつ着実に実行していくことが必要である。